

BuyWine apre la settimana delle Anteprime di Toscana

di Luigi Salvo - 10 Febbraio 2023



Si è aperta oggi alla Fortezza da Basso di Firenze **BuyWine Toscana 2023**, la due giorni dedicata al match tra produttori di vino a denominazione e buyer da tutto il mondo.

Oltre 1400 etichette in degustazione per una maratona da 3000 incontri e 23mila degustazioni. La manifestazione è promossa da **Regione Toscana** insieme a **Camera di Commercio di Firenze** e organizzati da **PromoFirenze**. Il coordinamento della comunicazione, l'ufficio stampa e i social, sono curati da **Fondazione Sistema Toscana**.

Bottiglie in vetro alleggerito, etichette in carta riciclata, biologico: la sostenibilità guida le scelte dei mercati internazionali più maturi, rispetto al vino made in Tuscany.

Tra le tendenze emerse dai compratori stranieri l'attenzione all'ambiente, driver sempre più forte per alcuni dei Paesi più affezionati al vino toscano. Come il **Canada**, che porta a BuyWine una delle delegazioni più numerose insieme a quella degli Stati Uniti. Per il Nord America il nettare di Bacco prodotto *under the Tuscan sun* è così attrattivo che il quasi inamovibile Monopolio Canadese del Québec ha in programma una visita in Toscana in primavera.

Trova terreno fertile l'interesse per il vino **biologico**: oltre la metà dei produttori presenti a BuyWine, infatti, sono dichiaratamente bio. Non tutti i mercati, però, vedono di buon occhio questa transizione: molti buyers provenienti dal **Sudamerica**, così come dall'**Asia**, fatta eccezione per il Giappone, considerano il vino bio troppo costoso e di conseguenza poco attrattivo per i propri clienti in patria.

Inaugurazione di Buywine

Non solo grandi vini: i Paesi emergenti guardano con attenzione anche ai vini più giovani, meno strutturati e di facile beva, che meglio si adattano alla cucina locale. A livello mondiale, il trend vede crescere i vini meno zuccherini. Anche il **packaging** fa la sua parte e le aziende che cercano di crescere si adattano di conseguenza, cercando di limitare i costi (attraverso vetro light) e l'impatto (ad esempio utilizzando carta riciclata). Le stesse etichette mutano, diventando più contemporanee nello stile e nel tipo di informazioni riportate, adatte a un consumatore più giovane e spesso nativo digitale.

Il **passaggio generazionale** segna il passo tra le aziende: cresce la consapevolezza del proprio target e delle tendenze a livello mondiale, ma anche del fatto che essere bravi in vigna e in cantina può non essere sufficiente per sfondare sul mercato. Servono competenze complementari, di management, per rendere la propria azienda competitiva.

Il programma della "Wine week" prosegue domani, **sabato 11 febbraio**, presso il Cinema La Compagnia di Firenze, con **PrimAnteprima**, la giornata evento dedicata alla stampa specializzata in cui si svelano i dati su trend ed export del settore vitivinicolo regionale. A seguire, il calendario delle Anteprime prevede: domenica 12 febbraio Chianti Lovers & Rosso Morellino, lunedì 13 e martedì 14 febbraio Chianti Classico Collection, mercoledì 15 Anteprima Vino Nobile di Montepulciano, giovedì 16 febbraio Anteprima Vernaccia di San Gimignano, venerdì 17 febbraio Anteprima L'Altra Toscana*.

** L'Altra Toscana riunisce i seguenti consorzi: Consorzio di Tutela dei Vini Carmignano, Consorzio Chianti Rufina, Consorzio Vini delle Colline Lucchesi, Consorzio Vini Cortona, Consorzio del Vino Orcia, Consorzio Tutela Vini della Maremma Toscana, Consorzio Tutela Vini Montecucco, Consorzio di Tutela Vini D.O.P. Suvereto e Val di Cornia Wine, Consorzio di Tutela Vini Terre di Casole, Consorzio Vini Terre di Pisa, Consorzio Vino Toscana, Consorzio Vini DOC Valdarno di Sopra.*

Luigi Salvo